

Profi-Bilder für die Fahrzeugvermarktung



Foto: TÜV SÜD



Foto: TÜV SÜD

Hochwertige Bilder sind für die Gebrauchtwagen-Vermarktung wichtig: Das bearbeitete Bild (rechts) lenkt den Blick auf das Wesentliche und lässt das Fahrzeug in bestem Licht erscheinen. Kein störender Hintergrund, homogene Aufstellfläche und neutrales Kennzeichen.

Bilderstellung | Bei der Online-Vermarktung von Fahrzeugen sind professionelle Bilder ein wichtiger Baustein für den schnellen Weiterverkauf. Schließlich bieten die Fotos den ersten Eindruck. Die App PhotoFairy von TÜV SÜD unterstützt Autohäuser mit einem standardisierten Prozess, der an die jeweiligen Anforderungen angepasst ist. Das Spektrum reicht von der einfachen Unterstützung bei den Aufnahmen über automatisierte Bildbearbeitung bis hin zur manuellen Bildoptimierung für höchste Ansprüche. Das Ergebnis sind professionelle, standardisierte Fotos aller Fahrzeuge in der Ausstellung, gleichbleibend hohe Qualität und der automatisierte Upload in die Autobörsen. „Die Verkaufszahlen im Gebrauchtwagenhandel haben nach dem coronabedingten Lockdown wieder zugenommen. Standardisierte Vermarktungsprozesse sorgen dabei für gleichbleibend hohe Qualität und nachhaltigen Erfolg“, sagt Ralf Breisch, Leiter Vertrieb Retail der TÜV SÜD Division Mobility. Bilder sind ein entscheidender Faktor bei der Vermarktung im Netz. Je detailreicher die Fotos sind, desto schneller nehmen Interessenten Kontakt mit dem Händler auf. Zum Leistungsspektrum von PhotoFairy gehören etwa die Unterstützung bei der Bildaufnahme, die Freistellung oder sogar Hintergründe im Corporate Design des Autohauses.

Auch etwas für kleine Autohäuser

Egal, wie groß das Fahrzeugaufkommen ist, die Remarketing-Fachleute der TÜV SÜD Division Mobility haben die App genauso für kleine Autohäuser mit 20 Fahrzeugen pro Monat konzipiert wie für den Durchlauf von mehreren Tausend Leasingrückläufern pro Jahr, etwa bei einem großen Autohaus oder Fahrzeughersteller. Je nach Anforderung stehen Kunden verschiedene Service-Pakete von PhotoFairy für Außen- und Innenaufnahmen zur Verfügung. Bei der Startversion „Pure“ wird der Fotograf mit einer integrierten Kamerasteuerung in der PhotoFairy-App unterstützt. In der Version PhotoFairy „Automatic“ kommt eine künstliche Intelligenz für die Freistellung dazu. In der „Premium“-Stufe können Bilder in High-End-

Qualität freigestellt und in verschiedene Hintergründe montiert werden – und das innerhalb von 24 Stunden.

Auch ansprechende Fotos vom Innenraum lassen Interessenten schneller zum Hörer greifen. Eine spezielle Kamera für Rundumaufnahmen vom Interieur steht dazu im Paket PhotoFairy 360° zur Verfügung. Die Außenaufnahmen werden via App gesteuert. Eine kundenspezifische Aufarbeitung des Bildmaterials ist ab diesem PhotoFairy-Level mit dabei.

Digitalisierungsstrategie

Standardisierung, vergleichbare Qualität, Durchlaufbeschleunigung – die Digitalisierung bietet Betrieben enorme Chancen, um mit schlanken Prozessen unterm Strich Kosten zu sparen. Die TÜV SÜD Experten decken mit ihren Dienstleistungen das gesamte Remarketing ab und begleiten Autohäuser so durch den digitalen Transformationsprozess. Das Spektrum reicht von Fahrzeug- über Schaden- und Dokumentenmanagement bis hin zur Kundenkommunikation oder zur Web-Performance-Messung. Beispiele sind digitale Lösungen wie BlueNOW!, die Vorabbeurteilung zum Beispiel für Leasingrückläufer, Blue Button, ein Online-Notrufmeldesystem fürs Schadenmanagement oder der Digital Vehicle Scan (DVS).



Foto: TÜV SÜD

Mit der App-basierten Anwendung PhotoFairy macht jeder Mitarbeiter professionelle Bilder.

Kampagne für „Gender Balance“



Foto: VdTÜV



Foto: VdTÜV

Mit ungewöhnlichen Motiven und direkten Fragen an die Betrachterinnen will die Kampagne noch mehr Frauen für technische Berufe begeistern – beispielsweise bei einer Prüforganisation.

TÜV Markenkampagne | Seit einem Jahr läuft auf den wichtigsten sozialen Medien eine gemeinsame Imagekampagne der sechs deutschen TÜV Unternehmen und des Verbandes VdTÜV. Mittlerweile erreichen die Beiträge auf Instagram und Facebook jeden Monat knapp fünf Millionen Menschen. Die oft überraschenden und

witzigen Posts zeigen „den TÜV“ dabei in einem modernen und ungewöhnlichen Licht. Im aktuellen Kampagnen-Highlight dreht sich alles um das Thema Gender Balance. Die TÜV-Unternehmen sind sich einig: Wir möchten mehr Frauen dazu bewegen, sich bei uns zu bewerben und ihre Karriere „beim TÜV“ zu starten.

Digitale Kundenbindung

Service-Erweiterung | Der Anwendungsentwickler mobilApp hat sein digitales Portfolio um ein weiteres Produkt für Autohäuser und Werkstätten erweitert. Die „Service-Erweiterung“ kommt immer dann zum Einsatz, wenn während einer Inspektion oder während einer Reparatur weitere Mängel am Fahrzeug festgestellt werden. Diese können mit der Anwendung schnell und unkompliziert als Bild oder Video dokumentiert werden und dem Kunden mitsamt einer Kosteneinschätzung und ggf. kommentiert zugestellt werden. Die Werk-

stattkunden benötigen lediglich einen Computer oder ein Smartphone und eine Internetverbindung – keine App, keine Installationen. Sämtliche Services werden aus dem Werkstattplanungs-System entnommen – der Kunde erhält ein verbindliches Angebot, das dieser digital bestätigen und beauftragen kann. Die Applikation „Service-Erweiterung“ ist mit allen gängigen DMS koppelbar und fügt sich nahtlos in die Werkstattplanung ein. Die Eingabe von vielstelligem FIN kann dank integriertem Kennzeichenscanner entfallen. Einfach das

Personalie

Thomas Walkenhorst ist neuer CFO

Auf Wunsch der Gesellschafter TÜV SÜD und Land Hessen übernimmt Thomas Walkenhorst den Posten als CFO zum 1. Januar 2021 bei TÜV Hessen. Der 41-jährige Diplomkaufmann wird an der Seite von CEO Henning Stricker die Unternehmensspitze vervollständigen. Walkenhorst folgt auf Erwin Blumenauer, der altersbedingt aus der Geschäftsführung ausscheidet. Thomas Walkenhorst war zwischen 2005 und 2011 bei führenden Finanzinstituten in Düsseldorf, Frankfurt und London im Bereich von Mergers & Acquisitions tätig. Im April 2011 begann er seine Tätigkeit im TÜV SÜD-Konzern und betreute im Unternehmensbereich M&A weltweit diverse Unternehmenskäufe und -verkäufe. Im Januar 2015 wechselte Thomas Walkenhorst in die Geschäftsleitung der TÜV SÜD Chemie Service GmbH und wurde im März 2017 als CEO an die Spitze des Unternehmens berufen.



Foto: TÜV SÜD

Kennzeichen mit der Service-App fotografieren und die Autohaus-Datenbank wird direkt nach dem Fahrzeug durchsucht. So sparen Werkstätten Zeit in der Erstellung der Service-Erweiterung, in der Beauftragung und in der Kommunikation – und werden dabei sogar präziser und stärken ihren Service. Weitere Informationen unter www.mobilapp.io/serviceerweiterung

TÜV SÜD Auto Service

Philip Puls
Tel. 0 89/57 91-23 20, Fax -23 81
philip.puls@tuev-sued.de

TÜV SÜD Auto Partner

Thomas Gensicke
Tel. 0 7 11/72 20-84 73, Fax -84 88
thomas.gensicke@tuev-sued.de

Zentraler Vertrieb

Tel. 07 11/7 82 41-2 51
vertrieb-as@tuev-sued.de